

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana strategi pemasaran digital diterapkan untuk meningkatkan perluasan pasar menggunakan metode SOSTAC dan juga untuk menilai efektifitas media sosial yang digunakan rumah makan Food Mood Kitchen. Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif yang merupakan data primer. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi pada rumah makan Food Mood Kitchen. Pada penelitian ini dilakukan perancangan strategi pemasaran digital melalui media sosial Whatsapp, Facebook, dan Instagram serta pemanfaatan Blogger dengan menggunakan metode SOSTAC. Metode SOSTAC digunakan pada proses perancangan strategi digital marketing yang dibagi ke dalam enam tahapan yaitu *situation analisis*, *objective*, *strategy*, *tactics*, *action* dan *control*. Rancangan strategi digital marketing yang diusulkan kepada rumah makan Food Mood Kitchen adalah penyampaian edukasi terkait fotografi, praktik pengambilan foto produk, teknik editing menggunakan aplikasi Canva dan CapCut, praktik mengunggah konten di media sosial Whatsapp, Facebook dan Instagram, serta pemanfaatan Blogger untuk meningkatkan visibilitas usaha di pencarian Google dan memperkuat citra usaha secara online. Dari strategi yang sudah diimplementasikan, rumah makan Food Mood Kitchen berhasil memperluas pasar dengan meningkatnya jangkauan media sosial.

Kata Kunci: Strategi Digital Marketing, SOSTAC, Rumah Makan Food Mood Kitchen, Perluasan pasar.

ABSTRACT

This study aims to determine how digital marketing strategies are implemented to expand the market using the SOSTAC method and to assess the effectiveness of social media used by Food Mood Kitchen restaurant. The type of data studied is qualitative data, which is primary data. Data collection techniques include observation, interviews, literature review, and documentation at Food Mood Kitchen restaurant. In this study, a digital marketing strategy was designed through social media platforms such as WhatsApp, Facebook, and Instagram, as well as the use of Blogger, employing the SOSTAC method. The SOSTAC method was applied in the process of designing the digital marketing strategy, which is divided into six stages: situation analysis, objectives, strategy, tactics, action, and control. The proposed digital marketing strategy for Food Mood Kitchen includes providing education on photography, product photography practices, editing techniques using Canva and CapCut apps, uploading content on WhatsApp, Facebook, and Instagram, and utilizing Blogger to increase business visibility on Google searches and strengthen the business's online image. From the implemented strategy, Food Mood Kitchen successfully expanded its market reach through increased social media engagement.

Keywords: Digital Marketing Strategy, SOSTAC, Food Mood Kitchen Restaurant, Market expansion.